



PRESS MONITORING

MEIOS & PUBLICIDADE

20 ANOS M&P

[HOME](#)
[MEDIA](#)
[MARKETING](#)
[PUBLICIDADE](#)
[OPINIÃO](#)
[M&P PLUS](#)
[LOGIN](#)

f t g+ s

SÃO 11 CONTRA 11 E NO FINAL QUEM GANHA... É O ESPECTADOR

Por Meios & Publicidade a 15 de Junho de 2018



O Campeonato do Mundo de Futebol deu o pontapé de saída no dia 14 de Junho e, apesar de uma forte esperança (desta vez talvez justificada, consequência da performance da Seleção Nacional no último Europeu), existem poucas certezas quanto a quem será o novo campeão.

Este evento irá mais uma vez movimentar a economia nacional de forma relevante (embora não estruturante) e, apesar da indefinição quanto à equipa que conquistará o título, sabemos de antemão quais serão alguns dos vencedores desta competição.

Para além das cervejeiras (se o sol aparecer), dos canais de subscrição de desporto, das empresas que entregam comida ao domicílio e das lojas que vendem televisões, ganharão com este evento os meios de comunicação. As audiências irão escalar e o investimento em publicidade irá certamente atingir picos históricos (recentes) durante o próximo mês e meio. A paixão pelo futebol e a importância deste evento fará mover emoções e milhões e sairão vencedores deste campeonato as televisões, as rádios, os concessionários de outdoor, os jornais e os meios digitais. Os primeiros sinais (dados pelos patrocinadores habituais com campanhas que procuram quebrar o clutter publicitário) já começaram a surgir e, enquanto Portugal estiver na senda do título, os principais meios terão maior procura que oferta disponível.

A paixão pelo futebol e a importância deste evento fará mover emoções e milhões e sairão vencedores deste campeonato as televisões, as rádios, os concessionários de outdoor, os jornais e os meios digitais. Os primeiros sinais (dados pelos patrocinadores habituais com campanhas que procuram quebrar o clutter publicitário) já começaram a surgir e, enquanto Portugal estiver na senda do título, os principais meios terão maior procura que oferta disponível.

No ecossistema de comunicação também existirá um campeonato paralelo: o das marcas. Aquelas que melhor souberem aproveitar o momento, trarão a taça para casa. Quais? As que melhor articularem os conteúdos com os contextos, as que tiverem capacidade de aproveitar cada "pontapé de bicicleta" ou "frango monumental", as que para além do "b-ba-ba" publicitário forem arrojadas nas mensagens e, acima de tudo, as que tiverem capacidade para reagir rapidamente a cada ocorrência. Agora, mais do que nunca, o "always on" não é suficiente. Sairão vencedoras as marcas que estiverem "always ready" e conseguirem criar, em segundos, pequenos laivos de comunicação genial. A tecnologia tratará do resto.

Todos estes agentes conquistarão vitórias, mas o título do Campeonato do Mundo de Futebol será conquistado por quem. O maior prémio será conquistado por cada um de nós. Amantes de futebol, de desporto ou simplesmente defensores da Pátria que, no meio do marasma social do quotidiano, temos uma desculpa para nos apaixonarmos novamente e vivermos a febre do desporto-rei.

Sairão vencedoras as marcas que estiverem "always ready" e conseguirem criar, em segundos, pequenos laivos de comunicação genial. A tecnologia tratará do resto.

Artigo de opinião de Francisco Teixeira, managing director da Initiative Portugal

Mundial 2018

[Twitter](#)
[G+](#)
[Quadrado](#)
[Email](#)
[Print](#)
[Like](#)
[Share](#)

M&P PLUS

O QUE É UM BOM FILME?
Um criativo, dois produtores e uma representante dos anunciantes dizem como se po...

UM PESADELO CHAMADO RGPD
O Regulamento Geral de Protecção de Dados pretende dar segurança e privacidade...

ENTRE A CORUJA E O MERCADONA
A consultora de branding Summa tem tido uma presença discreta em Portugal apesar...

A SAÚDE DO NOVO CANAL DE CABO
O 5ª arrancou na posição 129 da grelha da NOS, mas a ambição do canal da Medi...

dreamM

CANNES LIONS

FESTIVAL CANNES LIONS ARRANCA COM QUEBRA DE 21% NOS TRABALHOS INSCRITOS
Com menos dias, menos categorias e também menos trabalhos inscritos...
Junho 16, 2018

AFINAL PUBLICIS VAI LEVAR TRABALHOS A CANNES
O grupo Publicis anunciou em Junho de 2017 que até...
Junho 11, 2018

CANNES
O grupo Publicis anunciou em Junho de 2017 que até...
Junho 11, 2018

SPOTIFY VAI RECEBER PRIMEIRA DISTINÇÃO DE MARCA DE MEDIA DO ANO EM CANNES
Pela primeira vez o festival Cannes Lions atribui o prémio...
Junho 8, 2018

OS TRÊS PORTUGUESES JURADOS NO CANNES LIONS 2018
Pedro Pires, Tomás Froes e José Franco serão os jurados...
Maio 8, 2018

O QUE JÁ SE SABE DO PROGRAMA DE CANNES 2018
O festival Cannes Lions abre este ano com uma sessão...
Abril 19, 2018

PROGRAMA PARA STARTUPS DE CANNES APENAS PARA MULHERES
A edição deste ano do Cannes Lions Start-up Academy será...
Abril 12, 2018

<http://www.meiosepublicidade.pt/2018/06/sao-11-11-no-final-ganha-espectador/>